

Werner, Samuel

'Português empresarial' como nova disciplina académica no sistema universitário alemão. Uma descrição do 'Modelo de Zwickau'

Ecos de Linguagem 8 (2018) 1, S. 171-186



Quellenangabe/ Reference:

Werner, Samuel: 'Português empresarial' como nova disciplina académica no sistema universitário alemão. Uma descrição do 'Modelo de Zwickau' - In: Ecos de Linguagem 8 (2018) 1, S. 171-186 -
URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-224189 - DOI: 10.25656/01:22418

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-224189>

<https://doi.org/10.25656/01:22418>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen sowie Abwandlungen und Bearbeitungen des Werkes bzw. Inhaltes anfertigen, solange Sie den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen und das Werk bzw. den Inhalt nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-License:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.en> - You may copy, distribute and render this document accessible, make adaptations of this work or its contents accessible to the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor. You are not allowed to make commercial use of the work, provided that the work or its contents are not used for commercial purposes.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

‘PORTUGUÊS EMPRESARIAL’ COMO NOVA DISCIPLINA ACADÊMICA NO SISTEMA UNIVERSITÁRIO ALEMÃO: UMA DESCRIÇÃO DO ‘MODELO DE ZWICKAU’

Samuel Werner (WHZ)

RESUMO

O presente artigo pretende discutir a efetiva contribuição que a disciplina *português empresarial para economistas* no sistema universitário alemão considerando a lenta marginalização do português como disciplina universitária, sobretudo em virtude do processo de Bolonha no que concerne aos cursos de bacharelado e mestrado. Embora a disciplina *Português empresarial* seja oferecida já há mais de quatro anos, pela *Westsächsische Hochschule Zwickau* (WHZ), uma pequena universidade de Ciências Aplicadas na Alemanha, consideramos necessário fazer um balanço sobre a existência de demanda pelo curso por parte dos estudantes e sobre um currículo possível a ser desenvolvido para a disciplina.

PALAVRAS-CHAVE

Português empresarial; Português Língua Estrangeira; ensino de línguas estrangeiras em contexto universitário; desenvolvimento curricular

A POSIÇÃO DO PORTUGUÊS NO CURSO DE *LANGUAGES AND BUSINESS ADMINISTRATION* (LBA)

As questões do presente artigo serão os seguintes: uma nova disciplina universitária chamada ‘português empresarial para economistas’ proporcionaria um contributo importante e novo para o sistema universitário alemão? E sobretudo: existiria uma demanda por parte dos estudantes? E além disso: qual seria um currículo ideal e possível de realizar?

Tendo em conta a lenta marginalização do português como área universitária na Alemanha devido às reformas do Processo de Bolonha relativas ao bacharelato ou mestrado, parece essa ideia no primeiro momento nada mais do que uma proposta de um experimento teórico e pedagógico. Mas registamos que a disciplina universitária chamada ‘Português Empresarial’ já é oferecida há mais de quatro anos numa pequena Universidade de Ciências Aplicadas na Alemanha, em concreto na *Westsächsische Hochschule Zwickau* (WHZ). E por essa razão chegou o momento de fazer um balanço dos nossos esforços inovadores bem sucedidos até hoje.

Mas, antes disso, deveria ser conveniente esclarecer quem somos ‘nós’ e o que é que fazemos?

‘Nós’, isto é a *Faculdade de Línguas Aplicadas e Comunicação Intercultural* que constitui uma parte importante da referida *Universidade de Ciências Aplicadas de Zwickau* (*Westsächsische Hochschule Zwickau*), uma pequena I.E.S. no Leste da Alemanha com cerca de 5000 estudantes. E o que é que oferecemos são, entre outros, estudos académicos (curso de Bacharelado) que não pretendem nada menos do que abrir as portas ao mundo para jovens adultos: *Languages and Business Administration*.¹

1 Além disso, a faculdade oferece um curso de graduação em Interpretação em Línguas de Sonais (ver também a entrevista com a Profa. Rachel Rosenstock neste volume) e dois programas de mestrado: um curso de mestrado duplo teuto-chinês em conjunto com a Tianjin Foreign Studies University (TFSU) bem como um curso de mestrado trinacional franco-teuto-checo em Gestão de Projetos Europeus e Regionais em conjunto com as Universidades da Bretanha Meridional de Lorient e na França e a Universidade da Boêmia Meridional de České Budějovice na República Checa.



Trata-se de estudos que combinam línguas, economia e comunicação intercultural, dentro dos quais os estudantes tem de se decidir entre uma especialização com vista ao espaço cultural iberoromânico ou chinês ou francês. O grau académico qualifica para um carreira como economista especializado dentro do contexto internacional, ou seja, o estudante exercerá no futuro uma função como uma espécie de operador generalista que encontrará a sua vocação profissional dentro das interfaces e ligações entre os diferentes sectores e departamentos de empresas que operam a nível binacional, internacional ou até global. Investigações científicas demonstram que os nossos graduados em média de quatro meses depois do seu bacharelado se integram com sucesso no mercado laboral. Ou seja em outras palavras: há uma demanda evidente pelos nossos estudantes de *LBA* por parte das empresas em questão.²

Além da formação excelente na área da língua-alvo (espanhol/português ou chinês ou francês) e também da segunda língua obrigatória (inglês), os estudantes adquirem conhecimentos profundos nos domínios da economia e da comunicação intercultural. O momento culminante dos estudos constitui o ano no estrangeiro, parte integrante da formação. Isto é composto por meio ano de estudos numa universidade parceira nossa (Portugal, Brasil, etc.) e – directamente depois - por meio ano de estágio em empresas do país-alvo.

1.1. ‘Português empresarial’ como mais-valia estratégica no mercado de trabalho

Há que ter em consideração, que, no caso de ‘Português Empresarial’ tal como é representado na nossa faculdade, não se trata de um curso autónomo senão de uma parte de estudos que pretendem formar especialistas na área de economia para o mercado iberoromânico. Ou seja, cada um dos nossos estudantes que decide estudar ‘português empresarial’ é também – e antes de mais - um futuro perito para o mercado espanhol e latinoamericano. A formação linguística em português e, portanto, um complemento da formação linguística obrigatória na área do ‘espanhol empresarial’.

A ideia de oferecer esta qualificação complementar voluntária relacionada com encargos adicionais enormes, baseia-se na convicção nossa, que o conhecimento do mercado lusófono com a sua respectiva cultura representa um contributo ou valor acrescentado essencial para cada economista activo no mundo hispanofalante. Não restam dúvidas de que – na área económica - hoje em dia já não deveríamos estabelecer nenhum tipo de linha divisória entre o Brasil e a América Latina hispanofalante por um lado e, da mesma forma, entre Espanha e Portugal, uma visão entretanto internacionalmente reconhecida e respeitada.

Em que país de língua românica podemos encontrar – a longo prazo - potencial de desenvolvimento de tal modo atraente para economistas inovadores e criativos como no Brasil? Onde existe empresa espanhola que não começou a sua actividade internacional em Portugal, onde empresa portuguesa que não fez o mesmo na Espanha? Onde, nos anúncios das grandes companhias globais para o mercado hispanofalante, se encontra ainda postos de trabalho que não declaram o domínio de português como requisito até ‘indispensável’?

Tal lista com este tipo de questões poderia ser alargada com facilidade e observamos na interação diária com os nossos estudantes muito focalizados pela sua parte, que são precisamente aspectos como estes, que têm uma importância, relevância e influência enorme para eles já a partir do primeiro semestre. Um facto que se confirma repetidas vezes no momento da procura do estágio: muitos dos nossos estudantes encontram um posto dentro de empresas espanholas precisamente por causa dos seus conhecimentos da língua portuguesa (e inglesa e alemã).

² Cf. o estudo sobre os egressos de Berkenbusch, Wiesbaum e Weyhe (2012).

1.2. Português europeu ou português brasileiro?

A nossa intenção de formar futuros peritos para o mercado tanto brasileiro como português, colocamos diante a pergunta decisiva, qual seria a variante adequada do português para o ensino. E a nossa respectiva resposta não poderia ser mais clara: não preferimos nenhuma das duas línguas. De tal maneira oferecemos ao estudante a possibilidade realmente importante de se poder mover em cada um dos dois países e mercados.

Este objetivo de se mover continuamente entre o português europeu e brasileiro é assegurado por um lado pela especialização linguística do respectivo professor e, por outro lado, pela ênfase consciente no currículo: nas aulas do primeiro e quarto semestre domina o português europeu, a variante brasileira o segundo e terceiro. No sétimo ano a língua é determinada pela escolha do tema.

Além disso, há razões totalmente pragmáticas pelo enfoque linguístico: nos primeiros anos da existência desta disciplina, os nossos contactos universitários com o mundo lusófono focaram-se única e exclusivamente em Portugal, por conseguinte, a variante europeia desempenhou um papel mais relevante. Hoje em dia dispomos do mesmo número de cooperações académicas com o Brasil, um facto, que modificou drasticamente o estatuto do brasileiro na nossa faculdade.

Fora disso, gostaríamos de sublinhar outros dois aspectos: por um lado as variantes africanas do português também são mencionadas no nosso currículo e já estão agendadas para o futuro como partes equivalentes, um projeto não só planejado por nós, senão já muitas vezes recomendado e desejado por parte dos próprios estudantes. E por outro lado, deveríamos acrescentar de forma explícita que o nosso ensino de português se dirige única e explicitamente à hispanofalantes, ou seja em concreto, à estudantes que já dispõem de amplos conhecimentos do espanhol devido à sua formação escolar ou outras circunstâncias, o que quer dizer, que também consideramos a anulação da separação estricte entre o português e o espanhol nas nossas aulas como um valor acrescentado inovador importante e – através do uso intencional de ambas línguas nas aulas - digno de promoção, um facto, que infelizmente não pode ser tratado de forma mais concreta neste artigo ³.

2. O CURRÍCULO DA ÁREA ACADÊMICA DE ‘PORTUGUÊS EMPRESARIAL’ NA WHZ

Antes, porém, gostaríamos de apresentar uma visão geral sobre o currículo da área de ‘Português Empresarial’ na nossa faculdade.

3 Literatura utilizada entre outras: Dias (2010) e Díaz (2013).

1º semestre
módulo SPR 323: línguas iberoromânicas I (português I)
→ submódulo 1: português língua geral nível A1
módulo SPR 580: português língua geral I
→ submódulo 2: introdução ao português empresarial
→ submódulo 3: comunicação em português
2º semestre
módulo SPR 325: línguas iberoromânicas II (português II)
→ submódulo 1: português língua geral nível A2
módulo SPR 581: português língua geral & empresarial II
→ submódulo 2: civilização e economia portuguesa
→ submódulo 3: português empresarial
3º semestre
módulo SPR 326: línguas iberoromânicas III (português III)
→ submódulo 1: português língua geral nível B1
módulo SPR 580: português empresarial III
→ submódulo 2: civilização e economia brasileira
→ submódulo 3: português empresarial
4º semestre
módulo SPR 331: línguas iberoromânicas IV (português IV)
→ submódulo 1: português língua geral nível B2
módulo SPR 580: português empresarial IV
→ submódulo 2: português comercial oral
→ submódulo 3: português comercial escrito
5º semestre
semestre no estrangeiro
→ numa universidade portuguesa ou brasileira
6º semestre
estágio no estrangeiro
→ numa empresa dentro da zona linguística iberoromânica
7º semestre
módulo SPR 516: comunicação empresarial portuguesa
→ submódulo 1: análise e interpretação de questões empresariais
→ submódulo 2: simulação de apresentações profissionais

tabela 2

Em consonância com a concepção geral dos estudos *Languages and Business Administration*, a execução da disciplina 'português empresarial' inspira-se naquela composição tripartida: um terço das aulas centra-se na formação de competências linguísticas do português, outro terço na transmissão de conhecimentos na área de economia e último terço no desenvolvimento de habilidades interculturais.

Uma descrição detalhada será a intenção principal da seguinte parte do artigo:

3. A TRANSMISSÃO DE COMPETÊNCIAS

Segundo o nosso objetivo de `produzir` futuros peritos económicos para o mercado lusófono, a nossa missão consiste em transmitir e fomentar habilidades específicas, os quais poderiam ser resumidas nas seguintes competências essenciais:

<u>COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS:</u>
<ul style="list-style-type: none">• competência linguística• competência em comunicação empresarial oral• competência em comunicação empresarial escrita• competência (inter-)cultural• competência económica

tabela 3

3.1. A competência linguística

A formação linguística bem sucedida na língua portuguesa é, de facto, a base essencial para a transmissão de qualquer outra competência. O objectivo definido consiste em alcançar o nível B2 do MCER (Marco Comum Europeu de Referência para as Línguas) através do ensino de capacidades gramaticais, lexicais, semânticas, fonológicas e ortográficas além da concepção de processos eficazes que possibilitem aos estudantes por um lado a aprendizagem activa das estruturas da língua portuguesa e, por outro lado, a aplicação correcta posterior tanto no estrangeiro como na sua vida profissional internacional. Os nossos métodos didácticos são altamente comunicativos, interativos e em constante desenvolvimento tanto como os programas concretos, que integram formas tão diversas como o trabalho em grupos, jogos de simulação ou até *teatro empresarial*, todos baseados em uma participação activa no processo de aprendizagem.


ÁREA	SEM.	COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR	GRAU
PORTUGUÊS GERAL	1º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nível A1 • competência gramatical • competência lexical • competência semântica • competência fonológica • competência ortográfica 	<div>fácil</div>  <div>difícil</div>
	2º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nível A2 • competência gramatical • competência lexical • competência semântica • competência fonológica • competência ortográfica 	
	3º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nível B1 • competência gramatical • competência lexical • competência semântica • competência fonológica • competência ortográfica 	
	4º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nível B2 • competência gramatical • competência lexical • competência semântica • competência fonológica • competência ortográfica 	

tabela 4

3.2. A competência em comunicação empresarial escrita

O objetivo fundamental no âmbito da comunicação empresarial oral é um crescimento contínuo claramente notável na criação de competências comunicativas que se pode representar da seguinte forma:




ÁREA	SEM.	COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR	GRAU
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL ORAL	1º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ simulação comunicativa <ul style="list-style-type: none"> • identificação e caracterização pessoal • intervenções reguladoras de relações sociais • comprar produtos em espaços comerciais • apresentações em grupos ▪ leitura / análise / reprodução <ul style="list-style-type: none"> • mensagens profissionais orais breves • sentido geral de notícias actuais de jornais • textos em folhetos publicitários / de divulgação • cartas ou relatórios da área profissional 	fácil
	2º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ simulação comunicativa / interação <ul style="list-style-type: none"> • tópicos de uma aula/seminário/reunião • enunciados avaliativos • instruções para realização de tarefas • situações de rotina (banco, correios, etc.) • chamadas telefónicas • apresentações em grupos ▪ leitura / análise <ul style="list-style-type: none"> • textos gerais da área de economia • textos de linguagem específica • textos de imprensa • instruções/descrições de produtos e serviços 	
	3º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ simulação comunicativa / interação <ul style="list-style-type: none"> • intervir numa conversa • solicitar informações (questões administrativas) • fazer pedidos • trocar opiniões sobre questões previsíveis • apresentações individuais ▪ leitura / análise / comentário <ul style="list-style-type: none"> • textos de conferências, televisão e radio • conversas sobre áreas profissionais • entrevistas 	
	4º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ simulação comunicativa / interação <ul style="list-style-type: none"> • entrevista de emprego • fazer apresentações individuais profissionais • comentar / dar opinião / interagir / apresentar ▪ leitura / análise / comentário <ul style="list-style-type: none"> • entrevista de emprego • currículo vitae 	
	7º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ simulação comunicativa / interação <ul style="list-style-type: none"> • expôr, comentar, discutir ▪ leitura / análise / comentário <ul style="list-style-type: none"> • textos da área de economia 	difícil

tabela 5



O foco principal das aulas centra-se no início ainda em exercícios comunicativas lúdicas do âmbito privado, ou seja, não-profissional, mas logo depois de poucas semanas na simulação de situações de conteúdo profissional do mundo laboral cada vez mais complexa, dentro das quais o seguinte esquema de diálogo (in-)formal goza de grande aceitação entre os estudantes por causa da sua máxima flexibilidade:

1. cumprimentar
2. apresentar-se
3. pedir / dar informações
 - tema 1
 - tema 2
 - tema 3
 - tema 4
 - tema 5
4. formas de cortesia
5. despedida

tabela 6

Dentro de pouco tempo podem ser substituídas as temáticas iniciais 1 – 5 (como por exemplo: *nome, idade, morada, número de telefone, estado civil, profissão etc.*) por conteúdos do âmbito económico, por exemplo: *as diferentes profissões, os departamentos da empresa, os sectores económicos, as empresas privadas ou públicas, os recursos humanos, a cultura empresarial, etc.*



ESQUEMA DE APRESENTAÇÃO

INTRODUÇÃO

	ESTRUTURA	TEMA	SUBTEMA
I. A.	SAUDAÇÃO		
I. B.	INTRODUÇÃO DO TEMA despertar o interesse através de perguntas	TEMA: _____	→ é ... ? → é ... ?
I. C.	A QUESTÃO CENTRAL		é ... ?
I. D.	A ESTRUTURA DA APRESENTAÇÃO		1. ... 2. ... 3. ...
I. E.	QUAL É O MEU PAPEL? personalização: abstracto → personal		→ _____

ARGUMENTAÇÃO


II.	ARGUMENTO 1 → ...	SUBARGUMENTOS → ... → ... → ...
	ARGUMENTO 2 → ...	SUBARGUMENTOS → ... → ... → ...
	ARGUMENTO 3 → ...	SUBARGUMENTOS → ... → ... → ..

CONCLUSÃO

III.	CONCLUSÃO / RESUME	→ ...
	RESPOSTA À QUESTÃO INICIAL	→ ... !
	DESPEDIDA	

tabela 7

3.3. A competência em comunicação empresarial escrita

ÁREA	SEM.	COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR	GRAU
COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL ESCRITA	1º sem.	REDAÇÃO e LEITURA <ul style="list-style-type: none"> ▪ correspondência informal <ul style="list-style-type: none"> • postais / cartas / correio electrónico / fax • mensagens breves / convites / resumos 	<div> <div>fácil</div> <div>  </div> <div>difícil</div> </div>
	2º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ correspondência formal <ul style="list-style-type: none"> • cartas da área profissional (de rotina) • memorando de uma reunião de trabalho • notas durante conferências profissionais • cartas dirigidas a instituições • preencher impressos (relatório de acidente) 	
	3º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ normas básicas de cartas comerciais¹: <ul style="list-style-type: none"> • componentes e características • símbolos e abreviaturas REDAÇÃO e LEITURA <ul style="list-style-type: none"> ▪ cartas circulares <ul style="list-style-type: none"> • mudança de instalações • alteração de preços • despedimento por falta de rendimento etc. 	
	4º sem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ cartas com pedidos <ul style="list-style-type: none"> • solicitar um catálogo • solicitar uma lista de preços • solicitar o envio de amostras etc. ▪ cartas de encomenda ▪ cartas de reclamação ▪ cartas com propostas ▪ cartas com requerimentos ▪ cartas sobre assuntos vários ▪ curriculum vitae 	

O objetivo fundamental no âmbito da comunicação empresarial escrita é exactamente o mesmo: um crescimento contínuo claramente notável na criação de competências durante quatro semestres, começando com formas informais de correspondência comercial até a compreensão e redação de



formas muito complexas como por exemplo *cartas de encomenda*, *cartas de reclamação*, *cartas com pedidos ou propostas etc.* Um papel fundamental e decisivo desempenha dentro de este assunto a aprendizagem do léxico.

3.4. A competência (inter-)cultural

O crescimento contínuo claramente notável na criação de competências podemos definir também como objetivo principal no âmbito do conhecimento cultural até intercultural. O início da ocupação com estas temáticas é caracterizado por formas lúdicas como *dramatização* ou *teatro empresarial* tendo como conteúdo os países do mundo lusófono. No segundo e terceiro semestre centra-se este aspecto em estudos culturais explícitos (história, sociedade, cultura) realizados e ensinados na língua portuguesa com ênfase especial primeiro a Portugal e depois ao Brasil. Antes e depois do ano obrigatório no estrangeiro, as aulas caracterizam-se pelo enfoque sobre as diversas perspectivas interculturais. O centro da investigação são fenômenos culturais diferentes e a sua respectiva percepção em outros países sem esquecer dentro de este panorama os países da língua espanhola.

Além disso, oferecemos no quarto semestre um submódulo que têm como objetivo a preparação intercultural do ano no estrangeiro incluindo aspectos da pragmática intercultural, um módulo que hoje em dia têm o mundo lusófono como parte integrante mas que, a princípio, estava limitado somente ao espaço cultural de língua espanhola.


ÁREA	SEM.	COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR	GRAU
<u>CONHECIMENTO</u> <u>(INTER-)</u> <u>CULTURAL</u>	1º sem.	▪ O mundo lusófono <ul style="list-style-type: none">• Timor-Leste / Cabo-Verde / Moçambique / Guiné-Bissau / São Tomé e Príncipe / Angola	<div>fácil</div> <div></div> <div>difícil</div>
	2º sem.	▪ Civilização Portuguesa ⁱⁱ <ul style="list-style-type: none">• Época romana e expansão portuguesa• O Estado Novo• Política colonial portuguesa e descolonização• O sistema político: partidos e constituição• Emigração e imigração• Portugal actual	
	3º sem.	▪ Civilização Brasileira ⁱⁱⁱ <ul style="list-style-type: none">• A colonização e o início do comércio• A independência, Monarquia e República• A época da ditadura• O sistema político: partido e constituição• A economia brasileira• Brasil actual	
	4º sem. /	▪ Paralelos e contrastes entre quatro países (Portugal – Brasil – Alemanha – Espanha) <ul style="list-style-type: none">• sistema universitário e escolar & tradições• características culturais de negociação• estilos de comunicação• liderança, hierarquia e formalidades• gestão de tempo e reuniões• valores culturais (homem e mulher)	
	7º sem.		

tabela 9

3.5. A competência económica

Do mesmo modo caracteriza-se também a divulgação de conhecimentos na área de economia, administração de empresas e/ou contabilidade, cujo ensino é - o que não deve ser omitido – sobretudo tarefa da *Faculdade de Ciências Económicas* mas também parte fundamental da formação em ‘português empresarial’ dentro da nossa faculdade.

No primeiro semestre o objetivo principal é familiarizar-se com uma, para a maioria dos estudantes, nova e até desconhecida forma de linguagem. O segundo semestre centra-se na economia portuguesa, o terceiro semestre na economia brasileira sem esquecer-se da ocupação com as regras básicas e universais do funcionamento do mercado. As aulas do quarto semestre caracterizam-se pela especialização temática que marca todos os estudos de *Languages and Business Administration* e dentro da qual optamos por *gestão* como nova ênfase por causa da sua relevância geral para todos os nossos estudantes.

A selecção de áreas temáticas no sétimo semestre é determinada pela ideia de serem úteis para a transição da universidade para o mundo de trabalho e de pôrem em marcha uma autoreflexão por parte dos estudantes sobre o seu próprio e actual *status quo* individual, algo absolutamente imprescindível - a nosso ver – para a escolha correcta entre as diversas opções profissionais ou até o futuro sucesso na carreira.



4. PERSPECTIVAS E CONCLUSÃO

Em vez de dar explicações até o último detalhe, o foco principal do presente artigo recai sobre a apresentação geral de uma área universitária juntos com as questões, como seria uma realização possível e, sobretudo, uma programação temática concreta desta área. Importa dizer que se trata de um conceito relativamente flexível sendo ainda necessárias futuras elaborações e modificações.

Mas, depois da apresentação do currículo para 'Português Empresarial', tal como é ministrado o ensino na nossa *Faculdade de Línguas Aplicadas e Comunicação Intercultural da Universidade de Ciências Aplicadas Zwickau*, ainda assim pode-se constatar uns resultados significativos: em primeiro lugar a designada disciplina não apenas existe, mas também funciona sob esta forma com muito sucesso há mais de quatro anos, que pode ser provado com números concretos: por um lado, o número dos estudantes nossos que actualmente estudam português multiplicou-se por seis desde a introdução da orientação empresarial no ensino da respectiva língua. Por outro lado, pelo menos 50 por cento dos nossos alunos com perfil iberoromânico entretanto passam o seu ano académico no estrangeiro nas universidades portuguesas e brasileiras, algo ainda impensável até há poucos anos atrás. Além disso, aproximadamente 30 por cento dos nossos estudantes efectuam o seu estágio obrigatório no estrangeiro numa empresa brasileira, portuguesa ou até moçambicana, até há bem poucos tempos inimaginável. E finalmente, mas não menos importante, podemos constatar um aumento claramente perceptível na popularidade dos nossos estudos entre os estudantes depois da introdução de 'Português Empresarial', sendo este cada vez mais o critério decisivo para a escolha de Zwickau como lugar do seu ensino superior.

Quaisquer que sejam as razões para tal, parece que os nossos estudos em geral e a disciplina de 'Português Empresarial' em concreto dão respostas a certas e sobretudo novas necessidades, as quais podem ser designadas: antes de tudo a língua portuguesa em si mesma torna-se cada vez mais popular. Como resultado do intercâmbio escolar, dos estágios internacionais ou do trabalho social voluntário no estrangeiro, jovens de todo o mundo sentem entusiasmo pelos diferentes países como Brasil, Portugal ou Angola, e descobrem, como consequência, o potencial sobretudo económico destes países e mercados ainda não saturados e começam a sonhar com uma carreira profissional e economicamente rentável precisamente ali ou dentro da Alemanha trabalhando por exemplo como gestor responsável por estes países.

Alem disso, e para completar esta reflexão, não podemos ignorar, que muitos estudantes de hoje brilham também por um pensamento pragmático e claramente orientado para fins concretos. Temas como o receio face ao desemprego, as futuras possibilidades de lucro ou a integração rápida ao mercado laboral depois dos estudos são cada vez mais os argumentos cruciais para a escolha de estudos.

E não por último, temos na Alemanha uma nova geração de jovens que começa a pensar de forma global e a despedir-se do conceito de pequenos mercados nacionais e isolados, o que tem a ver em concreto com os nossos estudos: uma estudante do primeiro ano sente entusiasmo pela Espanha ou Argentina, depois de ter trabalhado num projeto social durante um ano, mas percebe de repente na nossa faculdade, que a ocupação com o mercado lusófono não só representa um novo contributo importante ou valor acrescentado mas também, em muitos casos, o critério decisivo para o seu futuro posto de trabalho e sucesso laboral. E em vez de realizar o seu plano inicial de passar o seu ano universitário obrigatório no estrangeiro em Madrid ou Buenos Aires, vai para São Paulo ou Porto ... – um cenário cada ano visível na nossa faculdade.

A pesar de todo o entusiasmo pela nova geração académica não deveriam desaparecer de vista dois aspectos essenciais que também tem a ver muito com o sucesso da disciplina 'português empresarial'

na nossa faculdade como com todos nós, os professores de todo o mundo: até os jovens inteligentes, experientes e curiosos de hoje em dia sentem a necessidade e o desejo de, por um lado, ser confrontados com perspectivas novas, e, por outro lado, de alguém que consegue inspirar e motivar.

5. AS REFERÊNCIAS / PROPOSTAS COMO MATERIAL DIDÁTICO

- BARBOSA, P. (2013). *Harvard Trends – 45 Tendências de Gestão*. Porto: VidaEconómica.
- BASTOS, R. T., & MOREIRA, R. da C. (2009). *Exame nacional – economia A 10/11*. Lisboa/Porto: Areal Editores.
- BECKEL, C. (2009). *Portugués Empresarial y de los Negocios*. Salamanca: Luso-Española de Ediciones.
- BERKENBUSCH, G., WIESBAUM, E., & WEYHE, J. (2012). *Zwischen Hochschule und Arbeitsmarkt. Die Absolventenstudie der Fakultät Angewandte Sprachen und Interkulturelle Kommunikation der Westsächsischen Hochschule Zwickau*. Stuttgart: Ibidem (Kultur – Kommunikation – Kooperation, v. 11).
- BOLLES, R. N. (2014). *De que cor é o seu pára-quedas?* Lisboa: Actual Editora.
- COSTA, H. (1998a). *Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios*. Lisboa/Porto: Lidel.
- COSTA, H. (1998b). *Gestão Empresarial – Casos de Estudo*. Lisboa/Porto: Lidel.
- COVEY, S. (2014). *Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes*. Lisboa: Gradiva.
- DIAS, A. C. (2010). *Entre nós – método de português para hispanofalantes*. Lisboa/Porto: Lidel.
- DIAS, A. L. (2002). *Casos Empresariais – Campeões escondidos em Portugal*. Lisboa/Porto: Lidel.
- DÍAZ, A. (2013). *Falsos amigos. Português – Espanhol / Español – Português*. Lisboa/Porto: Lidel.
- MOREIRA, I. (2007). *Correspondência Comercial*. Lisboa: Edições Técnicas e Profissionais.
- OLIVEIRA, C., BALLMANN, M. J., & COELHO, M. L. (2006). *Aprender Portugues 1 – 3*. Lisboa: Texto Editores.
- PALMA, P. J. da & LOPES, M. P. (2012). *Paixão e Talento no Trabalho*. Lisboa: Edições Sílabo.
- PEITO, J. (2008). *Esta bem – Intensivkurs Portugiesisch*. Stuttgart: Schmetterling.
- RODRIGUES, G. C. (2012). *Negociar – consiga mais e melhor e construa relações gratificantes e douradas*. Lisboa/Porto: Lidel.
- ROSTOCK, H. (2007). *Lehrbuch der portugiesischen Sprache*. 5a ed. Hamburg: Buske.
- SANTOS, D., & SILVA, G. (2013). *Bons Negócios – Português do Brasil para o mundo do trabalho*. Baueri: Disal.

Samuel Werner obteve a sua conclusão de mestrado em Filologia Portuguesa e em Filologia Espanhola na Universidade de Leipzig em 2006. Desde 2008 ele trabalha na Westsächsischen Hochschule Zwickau (FH) como professor de comunicação de economia portuguesa e espanhola para a graduação em *Languages and Business Administration*. Contato: Samuel.Werner@fh-zwickau.de

(Footnotes)

ⁱ Literatura utilizada entre outras: Moreira (2007).

ⁱⁱ Literatura utilizada entre outras: Peito (2008).

ⁱⁱⁱ Literatura utilizada entre outras: Rostock (2007).

^{iv} Literatura utilizada entre outras: Beckel, (2009).



^v Literatura utilizada entre outras: Bastos & Moreira, R. (2009).

^{vi} Literatura utilizada entre outras: Santos & Silva (2013).

^{vii} Literatura utilizada entre outras: Covey (2014); Barbosa (2013); Costa (1998); Dias (2002).

^{viii} Literatura utilizada entre outras: Barbosa (2013); Rodrigues (2012); Palma & Lopes (2012); Bolles (2010).

*Recebido em 20 de outubro de 2015.
Aprovado em 24 de novembro de 2016.*